

PAWEŁ ZAGROBA

Marketing Manager | Digital Manager | E-commerce
& Performance Marketing

TEL 792 317 011 E-MAIL kontakt@pawelzagroba.com

LOKALIZACJA Warszawa (Przasnysz, Mazowieckie)

LINKEDIN [linkedin.com/in/pawel-zagroba-91557033](https://www.linkedin.com/in/pawel-zagroba-91557033) WWW
pawelzagroba.com



PODSUMOWANIE ZAWODOWE

Digital i e-commerce Manager z ponad 15-letnim doświadczeniem w marketingu, reklamie i sprzedaży, w tym z ponad 4-letnim doświadczeniem w zarządzaniu e-commerce w sektorze prywatnej opieki zdrowotnej. Odpowiadałem za strategię e-commerce, kampanie performance (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, YouTube Ads), analitykę (GA4, GTM, Looker Studio) oraz automatyzację CRM, prowadząc zespoły do 5 osób i budżety cross-kanałowe. Osiągnąłem udokumentowane rezultaty: 48% wzrost sprzedaży online rok do roku, 3-krotny wzrost ruchu na stronie oraz 2-krotny wzrost przychodów z reklamy display dzięki wdrożeniu dedykowanego adservera. Poszukuję roli Marketing Managera, Digital Managera lub Performance Marketing Managera w organizacji e-commerce, B2B lub ochrony zdrowia.

KLUCZOWE KOMPETENCJE

- Performance marketing i media płatne: Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, YouTube Ads, kampanie CPC/CPM/CPS/CPA/CPL
- Strategia i zarządzanie e-commerce: rozwój sprzedaży online, cross-selling i upselling, ceny i asortyment, konwersja
- Analityka internetowa: Google Analytics / GA4, Google Tag Manager, Google Search Console, Looker Studio (Google Data Studio)
- CRM i marketing automation: HubSpot, user.com, budowa lejków i procesów automatyzacji
- SEO/SEM oraz optymalizacja treści i konwersji na stronie
- Zarządzanie zespołem i budżetem (departamenty do 5 osób, zespoły sprzedażowe do 25 osób)
- UX/UI i wdrożenia stron: Figma, WordPress, HTML, CSS, CMS
- Raportowanie KPI i prezentacje wyników dla zarządu / senior management

DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE

E-commerce Manager

styczeń 2026 – obecnie

Polmed S.A. — prywatny operator opieki zdrowotnej, Warszawa

- Odpowiadam za strategię e-commerce i bieżące zarządzanie platformą sprzedaży online, z pełną odpowiedzialnością za wyniki sprzedażowe i konwersję.
- Ustalam i monitoruję KPI (sprzedaż, konwersja, koszt pozyskania klienta) oraz raportuję wyniki do zarządu.
- Planuję i nadzoruję działania SEO/SEM oraz kampanie płatne w celu zwiększenia widoczności online i jakościowego ruchu.
- Zarządzam prawidłowością ofert produktowych, cennikiem oraz strategiami cross-sell/upsell na platformie.
- Koordinuję współpracę z zespołami IT oraz partnerami zewnętrznymi przy integracjach systemowych i wydajności technicznej.

E-commerce Manager

maj 2024 – grudzień 2025

Centrum Medyczne Damiana i MindHealth (Grupa Medicover), Warszawa

- Opracowywałem i wdrażałem strategię e-commerce dla dwóch marek medycznych działających w ramach jednej spółki, zwiększając sprzedaż online i jakość doświadczenia użytkownika.
- Koordinowałem i egzekwowałem kampanie marketingowe zwiększające widoczność online i współczynniki konwersji.
- Ustalałem i monitorowałem KPI: sprzedaż, konwersja, koszt pozyskania klienta; analizowałem zachowania i trendy zakupowe klientów w GA4 w celu optymalizacji UX.
- Nadzorowałem zarządzanie i utrzymanie stron internetowych obu marek, zapewniając ich stabilne działanie i wysoką jakość UX.
- Rozwijalem i wdrażałem strategię SEO i SEM, nadzorowałem kampanie płatne (Google Ads, Meta Ads) oraz dbałem o poprawność ofert i cen produktów.
- Zarządzałem budżetami operacji e-commerce oraz relacjami z agencjami cyfrowymi i dostawcami usług, dbając o efektywność kosztową.
- Kierowałem zespołem e-commerce oraz przygotowywałem regularne raporty i prezentacje wyników dla senior management.

Digital Marketing Manager

luty 2022 – kwiecień 2024

- Zarządzałem 5-osobowym działem digital (social media, content, project management).
- Tworzyłem i egzekwowałem strategię marki cyfrowej oraz planowałem i prowadziłem kampanie PPC (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, YouTube Ads).
- Planowałem i nadzorowałem budżet digital oraz współpracę z dostawcami zewnętrznymi w modelach CPC/CPM/CPS/CPA/CPL.
- Odpowiadałem za automatyzację procesów CRM oraz zarządzałem projektami web designu, infrastruktury serwerowej i webinarów.
- Tworzyłem makiety i wireframe'y (Figma) oraz budowałem i przebudowywałem landing page'e i strony w WordPress.
- Zarządzałem stosem analitycznym (Google Analytics, GTM, Google Data Studio, Google Search Console, HubSpot) oraz SEO on-site.

Digital Manager

styczeń 2021 – grudzień 2021

Kross S.A.

- Zarządzałem 5-osobowym działem digital (social media, content) oraz koordynowałem współpracę z agencjami i freelancerami.
- Osiągnąłem 48% wzrost sprzedaży online rok do roku oraz 3-krotny wzrost ruchu na stronie, uzyskując 2. miejsce wśród serwisów tematycznych w kategorii.
- Planowałem i prowadziłem kampanie PPC oraz performance w Google, Meta, LinkedIn i YouTube; nadzorowałem dostawców zewnętrznych (CPC/CPM/CPS/CPA/CPL).
- Współpracowałem z działem brandu przy tworzeniu strategii marki oraz zarządzałem obszarem treści dla e-commerce (foto 360°) i marki (foto, wideo).
- Koordynowałem współpracę z ambasadorami marki i influencerami.

Digital Manager

wrzesień 2019 – sierpień 2020

Valkea Media

- Opracowywałem i wdrażałem strategię digital dla wybranych klientów, zwiększając sprzedaż usług agencji.
- Koordynowałem procesy biznesowe obszaru digital i monitorowałem trendy rynkowe.
- Tworzyłem i wdrażałem plany social media oraz zarządzałem działem graficznym; przygotowywałem plany medialne i raporty marketingowe.
- Prowadziłem analizy przedwdrożeniowe, ryzyka i rentowności nowych inicjatyw digital.

Wcześniejsze doświadczenie

2010 – 2019

Digital Manager, Cityboard Media Sp. z o.o. • Marketing & Sales Manager, Cronix Sp. z o.o. • Deputy Sales Manager, Media Impact Polska Sp. z o.o. • Marketing Manager, Red Prawn Sp. z o.o. • Key Account Manager, Grupa Onet.pl S.A.

- Zbudowałem i zarządzałem dwoma zespołami sprzedaży w różnych lokalizacjach (łącznie 25 osób).
- Pozyskałem partnera do budowy dedykowanego adservera, co przełożyło się na 2-krotny wzrost przychodów z reklamy display w ciągu roku.
- Ograniczałem koszty usług medialnych poprzez renegocjację warunków z dostawcami i konsolidację procesów.

WYKSZTAŁCENIE

Magister, wychowanie fizyczne — Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie, 2006–2009

Licencjat, wychowanie fizyczne — Kolegium Nauczycielskie, 2004–2007

JĘZYKI OBCE

Polski — język ojczysty Angielski — poziom C1 (zaawansowany)

NARZĘDZIA I TECHNOLOGIE

Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, YouTube Ads, Google Analytics / GA4, Google Tag Manager, Google Search Console, Looker Studio, HubSpot, user.com, SEO, SEM, CRM, Figma, WordPress, HTML, CSS, CMS, Adobe, Microsoft Office, marketing automation, affiliate marketing

ZAINTERESOWANIA

Off-road, MMA, sport, fotografia, nowe technologie, cyberbezpieczeństwo